



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**MARKETING DIGITAL Y SU INFLUENCIA EN LAS VENTAS DE
LA EMPRESA JS INDUSTRIAL S.A.C., SURCO, 2016**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciada en Administración

AUTORA:

Quispicho Quinte, Margarita Tatiana

ASESORA:

Mg. Edith Geobana Rosales Domínguez

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

MARKETING

LIMA-PERÚ

2016-II

PÁGINA DEL JURADO

.....
PRESIDENTE

.....
SECRETARIO

.....
VOCAL

DEDICATORIA

Esta investigación está dedicada a mi familia, a mis mejores amigos, a mi compañero de vida a quienes les agradezco el cariño y la comprensión, por lo cual me ha ayudado a salir adelante buscando siempre el mejor camino.

AGRADECIMIENTO

Mi gratitud, principalmente está dirigida a Dios por haberme dado la existencia. A mis padres por estar siempre a mi lado. Igualmente a los docentes que me han acompañado durante este largo camino, brindándome siempre su orientación con profesionalismo en la adquisición de nuevos conocimientos, a la vez a mis mejores amigos Eduardo y Yessy, y a mi compañero de vida Julio Cesar, quienes me hicieron pasar momentos increíbles e inolvidables durante mi formación profesional.

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo, Margarita Tatiana Quispicho Quinte con DNI N° 47959182, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela de Administración, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Lima, 25 de Diciembre del 2016

Quispicho Quinte, Margarita Tatiana

Autora

PRESENTACIÓN

Señores miembros del jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grado y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la Tesis Titulada “El Marketing Digital y su influencia en las ventas de la empresa JS Industrial S.A.C., Surco, 2016” la misma que somete a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el título Profesional de Licenciada en Administración.

Margarita Tatiana Quispicho Quinte

ÍNDICE

Página del jurado	ii
Dedicatoria	iii
Agradecimiento	iv
Declaratoria de autenticidad	v
Presentación	vi
Índice	vii
RESUMEN	ix
ABSTRACT	ix
I. INTRODUCCIÓN	10
1.1. REALIDAD PROBLEMÁTICA	10
1.2. TRABAJOS PREVIOS	11
1.3. TEORÍAS RELACIONADAS AL TEMA	11
1.4. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	19
1.5. JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO	19
1.6. HIPÓTESIS	21
1.7. OBJETIVOS	21
II. MÉTODO	21
2.1. TIPO, NIVEL Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	23
2.2. VARIABLES y OPERACIONALIZACIÓN	23
2.3. POBLACIÓN Y MUESTRA	27
2.4. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS, VALIDEZ Y CONFIABILIDAD	27
2.5. MÉTODOS DE ANÁLISIS DE DATOS	28
2.6. ASPECTOS ÉTICOS	29
III. RESULTADOS	33
IV. DISCUSIÓN	41
V. CONCLUSIÓN	46
VI. RECOMENDACIONES	47

VII. REFERENCIAS	48
VIII. ANEXOS	51
• Instrumentos	
• Validación de los instrumentos	
• Matriz de consistencia	

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo principal determinar la influencia del Marketing Digital en las ventas, por lo tanto se recopiló la información científica de la población de la empresa JS INDUSTRIAL S.A.C., Surco, 2016. Surco., utilizando la totalidad de sus empleados a través de la técnica de la encuesta y como instrumento el cuestionario conformado por 22 preguntas con 5 alternativas en la escala de Likert, los cuales fueron procesados en el programa de SPSS. Se obtuvo como resultado según el estadígrafo de Spearman una significancia de 0,045 menor a 0,05 del nivel establecido, por lo que se aceptó la hipótesis alterna, concluyendo que el Marketing Digital influye significativamente en las ventas de la empresa JS INDUSTRIAL S.A.C., Surco, 2016..

Palabras claves: Marketing Digital , Ventas

ABSTRACT

The present investigation had as principal aim determine the influence of the Digital Marketing in the sales, therefore I compile the scientific information of the population of the company JS INDUSTRIAL S.A.C., I furrow, 2016. I furrow., using the totality of his employees across the technology of the survey and since I orchestrate the questionnaire shaped by 22 questions with 5 alternatives in Likert's scale, which were processed in SPSS's program. Minor obtained as result according to the statistician of Spearman a significancia of 0,045 to 0,05 of the established level, by what the alternate hypothesis was accepted, concluding that the Digital Marketing influences significantly the sales of the company JS INDUSTRIAL S.A.C., I furrow, 2016..

Key words: Digital Marketing, Sales